

DAMPAK PERDAGANGAN INTERNASIONAL TERHADAP PERDAGANGAN BATIK INDONESIA

Yunita Fitra Andriana,¹ Ulfa Septiana,²

¹Dosen Program S1 Desain Produk, Universitas Trilogi

²Dosen Program S1 Desain Produk, Universitas Trilogi

yunitafitra@trilogi.ac.id, ¹ ulfa.hadi@gmail.com²

Abstrak

Di era globalisasi ini, Indonesia dihadapkan pada masalah perdagangan internasional yang dimulai dari lahirnya ASEAN *Free Trade Area* (AFTA) pada ASEAN *Summit* di Singapura pada tahun 1992. Sejak saat itu perdagangan internasional yang melibatkan Indonesia di era modern ini terus berkembang. Selanjutnya ada kesepakatan ASEAN-China *Free Trade Area* (ACFTA) yang dikukuhkan pada ASEAN *Summit* ke-10 di Laos pada tahun 2004, kemudian berkembang lagi menjadi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang mulai berlaku pada tahun 2015. Kesepakatan perdagangan internasional ini menimbulkan permasalahan pada Indonesia, yang secara perekonomian termasuk yang tertinggal, sehingga mulai mengandalkan industri kreatif yang berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat dan kreatifitas individu sebagai sebuah kekayaan intelektual. Sektor ini dipercaya pemerintah sebagai harapan bagi ekonomi Indonesia untuk bangkit, bersaing dan meraih keunggulan dalam ekonomi global.

Pada tulisan ini akan membahas dampak perdagangan internasional terhadap perdagangan batik sebagai salah satu komoditas dalam industri kreatif, dengan pendekatan kritik dan fenomenologi yang melihat fenomena perdagangan internasional dan mengkaitkan batik sebagai komoditi perdagangan. Manfaat dari kajian ini adalah untuk memberi wawasan pada segenap penggiat di industri batik pada khususnya dan di industri kreatif pada umumnya, untuk terus mempertahankan kualitas agar dapat bersaing di dunia perdagangan internasional.

Kata kunci: Batik, Industri Kreatif, Perdagangan Internasional, MEA

THE IMPACT OF INTERNATIONAL TRADE ON INDONESIAN BATIK TRADING

Abstract

Indonesia is faced with the problem of international trade which began with the ASEAN Free Trade Area (AFTA) at the ASEAN Summit in Singapore in 1992. Since that time, international trade agreement that involving Indonesia continues to grow. Furthermore, there is an ASEAN-China Free Trade Area agreement (ACFTA) which was confirmed at the 10th ASEAN Summit in 2004, then furthermore developed into the ASEAN Economic Community (AEC) which came into force in 2015. This international trade agreements caused problems to Indonesia, which is economically disadvantaged. Indonesia has to rely on creative industries that focus on creating goods and services by relying on individual expertise, talent and creativity as an intellectual property. This sector is trusted by the government as a hope for the Indonesian economy to rise, compete and gain excellence in the global economy.

This paper will discuss the impact of international trade on batik as a commodity in the creative industry, with a critic and phenomenology approach that looks at the phenomenon of batik as the trading commodity in international trade agreement. The benefit of this study is to provide insights to all activists in the batik industry in particular and in the creative industry in general, to continue to maintain quality in order to compete in the world of international trade.

Keyword: Batik, Creative Industry, International Trade, AEC

PENDAHULAN

Indonesia dihadapkan dengan era baru dalam perdagangan bebas, yakni era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) sejak tanggal 31 Desember 2015. Hal ini menjadi babak baru bagaimana Indonesia bersama-sama dengan negara-negara lain di ASEAN menjadi satu kekuatan pasar tunggal dalam perdagangan barang, jasa, modal, dan investasi dengan tetap mengacu pada sejumlah kesepakatan yang melingkupinya. MEA dibentuk untuk mewujudkan integrasi ekonomi ASEAN, yakni tercapainya wilayah ASEAN yang aman dengan tingkat dinamika pembangunan yang lebih tinggi dan terintegrasi, pengentasan masyarakat ASEAN dari kemiskinan, serta pertumbuhan ekonomi untuk mencapai kemakmuran yang merata dan berkelanjutan. Untuk itu MEA memiliki empat karakteristik utama, yaitu pasar tunggal dan basis produksi, kawasan ekonomi yang berdaya saing tinggi, dan kawasan dengan pembangunan ekonomi yang merata, serta kawasan yang terintegrasi penuh dengan ekonomi global (Kementerian Perdagangan : 2005).

Dalam upaya mengintegrasikan ekonomi ASEAN dengan ekonomi global, ASEAN telah melakukan serangkaian kerja sama dengan beberapa mitra wicara dalam bentuk kerja sama FTA+1, salah satunya adalah kerjasama ASEAN-China FTA. Kerja sama ini merupakan bentuk kelanjutan dari Kesepakatan atas ASEAN-China FTA (ACFTA) yang ditandatangani bersama oleh para menteri dalam ASEAN Summit ke-10 di Vientiane Laos PDR (Laos) pada tahun 2004 dan mulai diberlakukan pada 1 Januari 2010 silam. 5 negara ASEAN yang menandatangani antara lain Indonesia, Singapura, Malaysia, Brunei, dan Thailand, sedangkan 5 negara ASEAN lainnya Filipina, Vietnam, Laos, Myanmar dan Kamboja menyusul pada tahun 2015 dan berkembang menjadi MEA. ASEAN-China Free Trade Area (ACFTA) adalah suatu kawasan perdagangan bebas di antara anggota-anggota ASEAN dan

China, di mana terdapat kesepakatan dalam pertukaran barang dan jasa antar negara ASEAN dan China untuk saling bebas masuk dengan pembebasan tarif hingga nol persen (Ariefana : 2016).

Kesepakatan perdagangan internasional ini menimbulkan permasalahan, khususnya untuk Indonesia. Menurut A Prasetyantoko (pengamat ekonomi), bahwa jika Indonesia menolak pelaksanaan Perjanjian Perdagangan Bebas ASEAN- China (ACFTA), ekspor Indonesia akan dikenai tarif standar oleh Tiongkok, yakni 10-20 persen. Sedangkan Apabila Indonesia mundur dari kesepakatan itu, produk Indonesia akan semakin tidak kompetitif dan merugi jika dipasarkan di kawasan ASEAN dan Tiongkok. Hal ini memunculkan pertanyaan: Siapkah Indonesia menghadapi perdagangan Internasional? Mengingat kemampuan daya saing dengan negara-negara ASEAN lain, Indonesia tergolong rendah. Sehingga harus ada usaha untuk meningkatkan daya saing walaupun memerlukan waktu yang lama. Dan menurut Prasetyantoko (dalam Ariefana, 2016), yang paling mudah dilakukan adalah memanfaatkan pasar domestik untuk mencegah atau melindunginya diserbu oleh pemain asing di kelompok ASEAN maupun Tiongkok.

Dibandingkan dengan negara lainnya Indonesia memang tertinggal di bidang ekonomi, tetapi tidak dengan ide-ide kreatifnya. Sehingga Indonesia perlu memajukan ekonomi kreatif yang berkonsep “ide menjadi kekuatan utama, menggantikan barang modal yang ada dalam ekonomi industrial”. Hal tersebut sejalan dengan tuntutan masa kini, yang memaksa setiap orang maupun badan usaha untuk kreatif, karena jika tidak kreatif dalam menginovasi sesuatu akibat yang sudah jelas ditimbulkannya adalah hilang dari persaingan. Ekonomi kreatif sendiri berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat dan kreatifitas individu sebagai sebuah kekayaan intelektual.

Sektor ini dipercaya pemerintah sebagai harapan bagi ekonomi Indonesia untuk bangkit, bersaing dan meraih keunggulan dalam ekonomi global.

Batik merupakan bagian dari kerajinan Indonesia, yang menjadi satu dari 10 produk potensial dalam menghadapi MEA, yang telah menyumbangkan pemasukan dari ekspor sebesar USD 156 juta atau setara dengan Rp. 2,1 triliun, pada tahun 2015 dan naik 10 % dari tahun 2014. Pada tahun 2010 nilai ekspor batik hanya berkisar USD 22 juta (Ananda, 2017:3). Batik diakui sebagai warisan budaya Indonesia oleh The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) pada 2 Oktober 2009. Pengakuan dari UNESCO mengenai batik sebagai warisan budaya Indonesia, menjadikan momentum kesepakatan perdagangan internasional MEA dan ACFTA sebagai langkah strategis untuk mempromosikan batik hingga dunia internasional.

Berangkat dari permasalahan tersebut, maka tulisan ini mengkaji dampak perdagangan internasional terhadap batik dengan pendekatan kritik dan fenomenologi yang melihat fenomena perdagangan internasional dan mengkaitkan batik sebagai komoditi perdagangan.

TINJAUAN PUSTAKA

Sejarah Batik Di Indonesia

Menurut Santosa Doellah (2002:10), batik adalah wastra tradisional Jawa yang dibuat dengan melalui perintangan warna menggunakan malam, serta memiliki motif khas yang mengandung makna tertentu. Sehingga suatu kain disebut batik tidak hanya dari motifnya saja, tetapi harus melewati perintangan malam terlebih dahulu. Batik yang kita kenal masa sekarang pada awalnya merupakan bentuk kerajinan rakyat, yang kemudian mendapatkan legitimasi dari kalangan *kraton*, dan pada akhirnya kembali lagi menjadi milik rakyat. Hal ini merupakan gambaran nyata dari sebuah proses panjang mengenai sebuah karya seni. Nilai estetis, historis

dan simbolis yang terkandung dalam suatu kain batik, dapat ditunjukkan melalui karakteristik ragam hias yang ada didalamnya.

Perkembangan batik dapat dibagi menjadi 4 zaman, yaitu :

1. Zaman Batik Semen

Pada zaman ini, batik merupakan kerajinan rakyat. Para perajin batik adalah masyarakat pedesaan yang bermata pencaharian sebagai petani, dan menjadi kegiatan sambilan yang dilakukan di sela-sela masa bercocok tanam. Petani merupakan insan yang memiliki kedekatan hubungan dengan alam, sehingga membatik merupakan salah satu kegiatan yang digunakan untuk mengungkapkan rasa syukur atas anugerah Tuhan Yang Maha Esa.

2. Zaman Batik Klasik / Batik Simbol

Kerajinan batik yang berkembang di pedesaan menarik perhatian kalangan kraton yang tertarik akan ragam hias batik, sehingga menggeser fungsi kain batik yang pada awalnya merupakan pakaian sehari-hari rakyat menjadi milik keluarga raja dan kalangan bangsawan kraton. Akibatnya adalah hilangnya kebebasan rakyat untuk memakai batik, sehingga beralih pada penggunaan lurik sebagai bahan sandang.

Batik kraton mengikuti pakem-pakem tradisi dalam pembuatan maupun ragam hiasnya, sehingga tidak dapat dipandang sebagai komoditi perdagangan, karena batik kraton bukan merupakan produk kapitalisme yang bersifat produksi massal.

3. Zaman Batik Sandang

Pada masa ini, batik tulis yang semula digunakan sebagai jarit atau kain panjang yang selama beberapa abad dikenakan oleh keluarga raja dan kerabat kraton saja, tetapi mulai dikenakan oleh kalangan awam secara luas akibat peningkatan imbal ekonomi dan tenaga kerja di Surakarta berkat pengaruh kaum sudagar, dari daerah

Kauman dan Laweyan, yang menyebarkan pola-pola batik pengaruh Kraton Kasunanan Surakarta. Peraturan mengenai batik larangan oleh Kraton Kasunanan Surakarta tidak menyurutkan gerakan batik sandang dan hal ini berdampak pada munculnya berbagai batik dengan ragam hias baru yang terlepas dari pakem-pakem kraton dan lebih dinamis.

Permintaan masyarakat terhadap kain batik yang relatif terjangkau harganya semakin besar, sehingga produksi kain batik dimaksimalkan dengan ditemukannya alat cap batik atau *canthing* cap pada tahun 1850. Sebagaimana diperlihatkan pada awal abad 19 M, kerajinan batik masa ini telah memberikan pemasukan bagi pemerintahan sebagai penghidupan ekonomi pertanian mereka hingga selama dua ratus tahun berikutnya, batik diproduksi sebagai barang dagangan yang dapat diekspor dan diperdagangkan di dalam negeri (Boow, 1988:58).

1. Zaman Batik Tejo

Batik cap mengalami masa kejayaannya di awal abad ke-20, karena pada era tersebut permintaan akan batik tengah berada pada puncaknya. Pada masa berikutnya, batik cap juga mengalami nasib yang sama dengan batik tulis. Faktor utama yang menyebabkan keterpurukan batik cap adalah tingginya permintaan akan sandang dan produksi batik dengan cap tidak dapat memenuhi target tersebut. Masuknya teknologi printing yang mempermudah proses pengolahan bahan sandang dan mampu mempersingkat waktu produksi, sehingga zaman batik sandang berganti menjadi zaman batik tejo.

Di Indonesia sendiri batik printing sudah ada sejak masa pendudukan Inggris pada abad 19. Inggris dengan semangat revolusi industrinya berhasil membanjiri pasar Indonesia dengan batik printing bermotif sama dengan batik yang diberikan Sultan Kerajaan Mataram sebagai hadiah kepada Raffles. Pada awal kemunculannya batik printing diterima dengan baik oleh masyarakat Indonesia karena harganya yang

murah, tetapi akhirnya ditinggalkan juga karena warna kainnya tidak wantek atau luntur (Dharsono, 2007:70).

Tahun 1970-an fenomena batik printing muncul kembali ketika era orde baru menjalankan modernisasi di segala bidang, dengan teknologi mesin cetak yang lebih canggih dari abad 19. Hal ini menimbulkan fenomena persaingan yang tidak sehat dengan batik. Pada saat itu, batik tulis maupun batik cap sempat tersingkirkan dari pasar dalam negeri yang dibanjiri batik printing. Ketidaksehatan persaingan tersebut diperlihatkan dengan cara melabeli batik printing dengan tulisan “batik tulis halus”, sehingga mengelabui konsumen yang tidak mengerti untuk lebih memilihnya karena harga yang murah juga. Pemerintah pada saat itu memberi solusi kepada pelaku industri di subsektor kerajinan batik untuk melabeli produk sesuai dengan kualitasnya. Tetapi kenyataan yang ada adalah sampai saat ini masih banyak batik printing yang dilabeli “batik tulis halus” (Rizali, 2006:63).

Batik yang pada awalnya merupakan simbol kekuasaan sekaligus simbol religius bagi kalangan kraton berkembang menjadi komoditi yang diperdagangkan untuk masyarakat luas, bahkan sudah global cakupannya. Puncaknya pada pertengahan tahun 2000-an, terjadi fenomena tren batik di Indonesia, sebagai tanggapan masyarakat atas klaim Malaysia atas batik yang sudah jelas merupakan warisan budaya Jawa. Namun makna dari pemakaian batik oleh masyarakat saat ini berbeda dengan makna pemakaian batik di masa lalu, di mana dalam setiap helai kainnya terdapat berbagai ragam hias dengan maknanya yang mengandung pengharapan tertentu, dan dikerjakan dengan tangan oleh para pembatik. Hal ini memunculkan ironi, karena ketika kerajinan batik keluar dari lingkup kraton, masyarakat luas memakai batik dengan ragam hias yang makna-makna tertentu tanpa mengetahui maknanya, membedakannya tekstil bermotif batik (*batik printing*) dan bahkan

dapat membedakannya dengan ragam tekstil tradisi lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak Perdagangan Internasional pada Perdagangan Batik

Dampak perdagangan internasional pada perdagangan batik Indonesia pada kajian ini akan dilihat dari berbagai aspek, mulai dari ancaman yang ditimbulkan, kebijakan pemerintah dalam menghadapi ancaman tersebut, hingga manfaat yang dapat diperoleh.

Sejak diberlakukannya kesepakatan perdagangan internasional, khususnya ACFTA pada tahun 2010, 'batik Tiongkok' otomatis dapat memasuki Indonesia tanpa tarif masuk, sehingga harga yang dibandrolnya pun menjadi lebih murah dibandingkan dengan sebelumnya. Hal ini dikhawatirkan akan menjatuhkan industri subsektor batik seperti yang telah terjadi sebelumnya, padahal batik Indonesia sedang dalam masa kebangkitannya. Pada pembahasan diberikan beberapa solusi perlindungan batik Indonesia untuk mengatasi permasalahan ini, antara lain:

- Melabeli produk batik Tiongkok untuk membedakan dengan batik tulis, batik cap dan batik *printing* Indonesia. Labelisasi tersebut akan dilakukan langsung di pelabuhan begitu tekstil impor tersebut datang, dan diawasi oleh Direktorat Jenderal Industri Kecil dan Menengah (IKM) Kementerian Perindustrian.
- Memberikan pembekalan terhadap konsumen agar lebih jeli membedakan batik tulis, cap dan *printing*. Walaupun konsumen dalam negeri mulai jeli membedakannya, bagi konsumen internasional hal tersebut masih awam.

Namun pada kenyataannya, labelisasi tersebut tidak berpengaruh banyak pada kesadaran masyarakat untuk tidak membelinya. Banyak masyarakat yang membeli batik Tiongkok secara

tidak sadar walaupun mereka tidak menginginkannya. Hal tersebut dikarenakan banyaknya pedagang maupun pengusaha batik yang mengganti label batik Tiongkok menjadi label batik buatan Indonesia, baik label "batik tulis halus", "batik cap", maupun "batik *printing*" (Wahyudi, artikel *online*). Hal ini jelas merugikan perdagangan batik produksi Indonesia sendiri, baik secara material maupun moral.

Pemberian bekal untuk membedakan antara batik tulis, cap dan *printing* kepada konsumen batik memang menjadi solusi yang relevan atas permasalahan ini. Batik tulis dan batik cap yang melewati pemalaman pada pewarna memiliki ciri bagian permukaan dan belakang memiliki warna yang sama karena pewarnaan dilakukan dengan cara pencelupan pada bahan pewarna. Perbedaan batik tulis dan batik cap sendiri adalah detil pada ragam hiasnya. Ragam hias pada batik tulis tidak ada pengulangan yang jelas, sehingga gambar nampak bisa lebih luwes dengan ukuran garis yang relatif lebih detil bila dibandingkan dengan batik cap yang selalu ada pengulangan yang jelas, sehingga gambar nampak berulang dengan bentuk yang sama dengan ukuran garis relatif lebih besar (Kudiya, 2008). Sedangkan pada batik *printing* yang dicetak, warnanya hanya 'menempel' pada bagian permukaan kain saja dan tidak tembus ke bagian belakang kain, sehingga bagian belakang biasanya berwarna lebih muda dari pada permukaannya.





Gambar 2. Perbedaan antara batik tulis (atas), batik cap (kiri bawah) dengan batik *printing* (kanan bawah)
Sumber: <http://netsains.com> dan
<http://surakarta.olx.co.id>

Sejak terjadi *trend* batik, menurut pembahasan, masyarakat Indonesia semakin jeli membedakan batik tulis, cap dan *printing*, serta mulai tumbuh kesadaran untuk menjaga kelangsungan hidup batik di negaranya sendiri. Sedangkan, orang asing masih awam terhadap perbedaan tersebut. Padahal, menurut pengalaman pribadi, orang asing justru lebih memahami perbedaan antara batik tulis, cap dan *printing*. Hal tersebut disebabkan kemauan orang asing yang biasanya selalu ingin mengetahui apa yang tidak diketahui sebelumnya. Sehingga batik, sebagai salah satu obyek yang menarik minat banyak orang asing, dipelajari oleh mereka. Bahkan dari orang-orang asing inilah batik banyak diapresiasi. Mereka memiliki anggapan, jika ingin membeli dan/atau mempelajari batik, Indonesia tempatnya. Sehingga pelaku industri subsektor batik dalam negeri tidak perlu takut dengan kehadiran batik Tiongkok, karena sebenarnya batik yang dihasilkan oleh Indonesia mutunya jauh lebih tinggi jika dibandingkan dengannya.

KESIMPULAN

Pemberlakuan kesepakatan perdagangan internasional seperti MEA dan ACFTA menimbulkan ancaman terhadap perdagangan batik Indonesia. Berikut ini adalah ancaman yang dirasakan oleh industri batik Indonesia:

1. Tiongkok merupakan negara yang besar dengan industri dan tenaga kerja murah,

sehingga dapat menghasilkan banyak produk massal dengan harga yang murah pula.

2. Sejak diberlakukannya kesepakatan perdagangan internasional, khususnya ACFTA pada tahun 2010, 'batik Tiongkok' otomatis dapat memasuki Indonesia tanpa tarif masuk, sehingga harga yang dibandrolnya pun menjadi lebih murah dibandingkan dengan sebelumnya.

Namun kerjasama ACFTA ini memberikan manfaat bagi Indonesia yakni:

1. Meningkatnya nilai ekspor batik Indonesia ke negara ASEAN maupun ke negara China. Untuk itu Indonesia harus terus dapat memanfaatkan kerjasama ini agar dapat memperoleh keuntungan yang maksimal.
2. Industri batik pun menjadi sadar akan kekuatan yang dimiliki oleh produk batik Indonesia yaitu sebagai berikut:
 - Batik Indonesia adalah batik asli yang proses pembuatannya melewati perintangan dengan malam dan pencelupan ke bahan pewarna, berbeda dengan batik Tiongkok yang warna motifnya hanya menempel di permukaan kain.
 - Selain itu, konsumen batik dari dalam dan luar negeri sudah banyak yang dapat membedakan antara batik tulis dan cap dengan batik *printing*, serta mempercayai kualitas yang dimiliki batik Indonesia.

Sebelum batik Tiongkok masuk ke Indonesia, Indonesia sudah 2 kali mengalami 'serangan' produk batik *printing* dari luar maupun dalam negeri. Walaupun begitu kerajinan batik di Indonesia masih bertahan hingga saat ini, karena kualitas batik tulis dan cap yang terbukti lebih

baik. Hal ini dibuktikan dengan pertumbuhan industri tekstil di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya. Hal ini terlihat dari pertumbuhan yang terlihat secara signifikan pada tahun 2017, industri tekstil dalam negeri mencatatkan pertumbuhan ekspor sebesar US\$12,4 miliar, atau tumbuh 6% secara year on year dari 2016 yang mencapai US\$11,8 miliar (Media Indonesia,

2018). Salah satu faktor yang memicu pertumbuhan industri ini adalah adanya kontribusi dari Industri Kecil dan Menengah (IKM), khususnya industri batik rumahan.

DAFTAR ACUAN

- Anonim. 2010. *Mundur dari ACFTA? Indonesia Rugi*. Artikel Online. <https://tekno.kompas.com/read/2010/03/18/07542266/mundur.dari.acfta.indonesia.rugi>. (diakses tanggal 30 Mei 2018)
- Ariefana, Pebriansyah. 2016. *A. Prasetyantoko: Menelisik Sektor Unggulan Indonesia di Era MEA*. Artikel Online. <https://www.suara.com/wawancara/2016/02/01/070000/a-prasetyantoko-menelisik-sektor-unggulan-indonesia-di-era-mea> (diakses tanggal 30 Mei 2018)
- Ananda, Molia dan Pazli. 2017. Pengaruh Kerjasama Asean China Free Trade Area (ACFTA) Terhadap Daya Saing Batik Indonesia Tahun 2010-2016. *Jurnal Online Mahasiswa FISIP Unri* Vol.4 No. 2.
- Boow, Justine. 1988. *Simbol and Status in Javanese Batik*. Nedlands: Asian Studies Centre, University of Western Australia.
- Dharsono. 2007. *Budaya Nusantara*. Bandung: Rekayasa Sains
- Doellah, Santoso. 2002. *Batik Pengaruh Zaman dan Lingkungan*. Surakarta: Danar Hadi.
- Kementrian Perdagangan. 2005. MEA, Peluang dan Tantangan. *INTRA insight* edisi VIII: 22-25.
- Kudiya, Komarudin. 2008. *Perbedaan Batik Tulis dan Batik Cap*. Artikel Online. www.netsains.com (diakses tanggal 23 Mei 2010).
- Rizali, Nanang. 2006. *Tinjauan Desain Tekstil*. Surakarta: UNS
- Saputra, Erandhi Hutomo. 2018. *Prospek Industri Tekstil masih Sangat Cerah*. Artikel Online. <http://mediaindonesia.com/read/detail/151724-prospek-industri-tekstil-masih-sangat-cerah>, diakses pada 23 Agustus 2018, pk. 15.30
- Wahyudi. *Dampak CAFTA, Pengusaha Tega Mengubah Label Jadi Produk Indonesia*. Artikel Online. www.suarakarya-online.com (diakses tanggal 22 Mei 2010)